



**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS**

**CURSO: ADMINISTRAÇÃO**

**LINHA DE PESQUISA: GESTÃO EMPREENDEDORA**

**ÁREA: EMPREENDEDORISMO**

**CARLOS VINÍCIUS DE ARAUJO BENINCASA**

**21605065**

**PLANO DE NEGÓCIOS**  
**BARBEARIA – BARBER CONCEPT**

Brasília

2018

CARLOS VINÍCIUS DE ARAUJO BENINCASA

**PLANO DE NEGÓCIOS**  
**BARBEARIA – BARBER CONCEPT**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Orientadora: Profa. MSc. Erika Lisboa

Brasília  
2018

CARLOS VINÍCIUS DE ARAUJO BENINCASA

**PLANO DE NEGÓCIOS**  
**BARBEARIA – BARBER CONCEPT**

Trabalho de Curso (TC) apresentado  
como um dos requisitos para a  
conclusão do curso de Administração  
de Empresas do Centro Universitário  
de Brasília – UniCEUB.

Brasília, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

Banca Examinadora

---

Prof. (a):

Orientador(a)

---

Prof. (a):

Examinador(a)

---

Prof. (a):

Examinador(a)

Brasília

2018

## SUMÁRIO

1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA .....	6
1.1 Histórico e situação atual.....	6
1.2 Dados da empresa .....	6
1.2.1 Razão social .....	6
1.2.2 Nome fantasia .....	6
1.2.3 Endereço da empresa .....	6
1.2.4 Telefone da Empresa .....	6
1.2.5 Endereço Eletrônico do site .....	6
1.2.6 E-mail da Empresa .....	7
1.2.7 Informações dos proprietários da empresa .....	7
1.2.8 Porte da Empresa.....	7
1.2.9 Setor de Atividade .....	7
1.2.10 Forma Jurídica.....	7
1.2.11 Enquadramento Tributário .....	7
1.2.12 Estrutura Legal .....	7
1.2.13 Capital Social Envolvido .....	8
2. OS EMPREENDEDORES.....	8
3. DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS E PRODUTOS .....	8
4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	10
4.1 Visão de Futuro .....	10
4.2 Missão .....	10
4.3 Valores .....	10
4.4 Análise Situacional .....	11
4.5 Objetivos .....	12
4.6 Parcerias Estratégicas.....	13
5. ANÁLISE DE MERCADO (PESQUISA DE MERCADO).....	13
5.1 Análise da concorrência .....	13
5.1.1 Níveis de concorrência .....	14
5.2 Identificação do público-alvo.....	26
5.3 Tamanho do mercado atual .....	27

5.4 Participação pretendida no mercado .....	28
6. PLANEJAMENTO DE MARKETING .....	28
6.1 Posicionamento .....	28
6.1.1 Linha de serviços e produtos .....	28
6.1.2 Fornecedores .....	29
6.2 Preço .....	33
6.3 Praça .....	33
6.4 Comunicação com o mercado .....	34
6.4.1 Ferramentas de comunicação .....	34
6.4.2 Propaganda .....	34
6.4.2.1 Logomarca.....	35
6.4.2.2 Capa Facebook .....	36
7. PLANO OPERACIONAL .....	36
7.1 Localização e Infraestrutura.....	36
7.2 Layout.....	37
7.3 Máquinas e equipamentos.....	39
7.4 Produção e distribuição .....	39
7.5 Fluxograma - Agendamento de serviço .....	41
7.6 Organograma .....	42
7.7 Matriz de responsabilidades / Atribuições .....	42
8. PLANEJAMENTO FINANCEIRO .....	43
8.1 Investimento total .....	43
8.1.1 Investimentos fixos .....	43
8.1.2 Investimentos pré-operacionais .....	44
8.1.3 Capital de giro .....	44
8.1.4 Total do investimento.....	44
8.2 Custos com mão-de-obra .....	45
8.3 Fluxo de caixa .....	45
8.4 Indicadores de viabilidade .....	49
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	49
REFERÊNCIAS .....	51

## 1. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

### 1.1 Histórico e situação atual

A *Barber Concept* surgiu com a ideia de oferecer uma experiência diferenciada ao homem moderno em meio ao seu dia a dia corrido. No mesmo local em que se faz barba, cabelo e bigode, o homem vai poder usufruir de um ambiente que lhe possibilita desde, agendar uma reunião de negócios, até se reunir com os colegas para um *happy hour*. A principal ideia do negócio é realizar parcerias estratégicas compondo o espaço, de forma que o homem possa encontrar na barbearia diversas soluções que facilitem o seu dia a dia, tudo em razão de uma experiência única.

### 1.2 Dados da empresa

#### 1.2.1 Razão social

Barbearia Conceito LTDA.

#### 1.2.2 Nome fantasia

*Barber Concept.*

#### 1.2.3 Endereço da empresa

Setor Comercial Norte qd. 6, conjunto A, Shopping ID – Brasília,DF  
CEP 70716-901.

#### 1.2.4 Telefone da Empresa

(61) 3328-5294

#### 1.2.5 Endereço Eletrônico do site

[www.barberconcept.com](http://www.barberconcept.com)

#### 1.2.6 E-mail da Empresa

contato@barberconcept.com

#### 1.2.7 Informações dos proprietários da empresa

Carlos Vinícius de A. Benincasa - Diretor

José Carlos Benincasa – Investidor

#### 1.2.8 Porte da Empresa

Empresa de pequeno porte (EPP)

#### 1.2.9 Setor de Atividade

Setor de prestação de serviço, no ramo de beleza para o público masculino.

#### 1.2.10 Forma Jurídica

Sociedade limitada (LTDA)

#### 1.2.11 Enquadramento Tributário

Simples Nacional.

#### 1.2.12 Estrutura Legal

A estrutura legal está constituída de uma sociedade limitada a dois sócios, cada um detém 50% de participação na empresa, admitindo que um dos sócios vá atuar como gestor, este deve receber um pró-labore mensal, enquanto o outro apenas terá participação na divisão de lucros da empresa.

### 1.2.13 Capital Social Envolvido

R\$ 170.000,00

## 2. OS EMPREENDEDORES

Carlos Vinícius de Araujo Benincasa é o sócio responsável pela atividade de gestão da empresa, ficará a frente em tempo integral, possui 24 anos, nascido e criado em Brasília, cursando o último semestre do curso superior de Administração, tem experiência profissional na área de vendas onde atuou por um ano na função de vendedor em uma loja de móveis de alto padrão, depois foi promovido para a área gerencial da empresa onde atuou coordenando os setores comerciais e de produção da empresa. Apesar de não ter experiência na área de atuação do negócio, está há mais de um ano estudando sobre barbearias, seu ponto forte é a capacidade analítica e seu espírito de liderança, seus pontos fracos são a falta de experiência e a ansiedade.

José Carlos Benincasa é o sócio investidor do negócio, vai atuar de forma parcial, pode-se dizer como um mentor, devida a sua vasta experiência de mercado. José tem 55 anos, nascido em Brasília foi para o Rio de Janeiro morar por um período e depois retornou a Brasília. É proprietário de uma empresa do setor moveleiro, com lojas e fábrica em operação há mais de 20 anos, apesar de não ter curso superior tem muito tempo de mercado, já teve negócios em outros setores inclusive no de beleza e agora pretende diversificar seus investimentos no setor de serviços para o público masculino, suas maiores qualidades são a experiência e sua capacidade de encontrar soluções rápidas para as adversidades do dia a dia da empresa, mas seu maior ponto fraco é martirizar o erro.

## 3. DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS E PRODUTOS

Serviços:

- Corte



- Barba
- Pezinho – Acabamento do cabelo
- Barba Terapia – Higienização e hidratação da barba
- Coloração – Tingimento
- Termo restauração – Hidratação
- Alisamento – Relaxamento dos fios
- Depilação
- Manicure
- Podologia – Tratamento da saúde dos pés

A barbearia *Barber Concept* une o clássico ao moderno, utilizando as antigas técnicas das barbearias *old school*, com toalha quente e navalha juntamente com os produtos de cosméticos voltados para o público masculino que a cada ano inova neste segmento. Através destes avanços torna mais fácil a aplicação de produtos e a utilização das diversas técnicas difundidas no mercado, o uso de um bom produto e um profissional engajado faz a diferença para a prestação de um ótimo serviço.

Pensando em suprir as necessidades do homem moderno em um só lugar, o negócio se diferencia por oferecer o serviço de depilação masculina, tendo em vista que não é fácil encontrar locais apropriados para este público. A *Barber Concept* vai oferecer um ambiente exclusivo para o homem, que além da depilação vai contar com o serviço de podologia para tratamento da saúde dos pés.

#### Produtos:

Além dos serviços essenciais, a barbearia vai oferecer produtos de cosméticos para o cuidado masculino. Entre esses estão os cremes e shampoos para cabelos, pomadas, ceras, óleos, assim como uma linha especial de higiene e hidratação para barba que não é comum encontrar em supermercados ou farmácia. A marca responsável pelos produtos é a Don Alcides situada em Belo Horizonte e a Reuzel (importada) que possui um distribuidor em Florianópolis.

Como projeto futuro o negócio pretende oferecer uma linha de loções, perfumes e itens de moda masculina que venha agregar valor ao *mix* de produtos.

## 4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 4.1 Visão de Futuro

Ser referência no ramo de barbearias do Brasil.

### 4.2 Missão

Conhecer nossos clientes e entender suas necessidades proporcionando um serviço de barbearia personalizado que gere autoestima e experiência única.

### 4.3 Valores

- Marca de pessoas para pessoas.

Baseado em princípios morais e éticos, está em primeiro lugar a boa relação entre as pessoas, ou seja, com os clientes, funcionários, fornecedores, parceiros. Desburocratizar a marca e personificá-la, no sentido de encurtar a forma de se relacionar com todos os envolvidos no negócio.

- Inspiração e transpiração.

Motivar o time se torna fundamental para lidar com as pressões diárias.

- Seja você mesmo, mas nunca o mesmo.

Inovar, arriscar, ousar é o nosso lema para encantar e surpreender o cliente diariamente.

- Clientes são convidados.

Nossos barbeiros não estão atendendo apenas clientes em uma barbearia, na verdade estão recebendo amigos em sua casa.

#### 4.4 Análise Situacional

<b>FORÇA</b>	<b>FRAQUEZA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Boa localização</li><li>• Espaço confortável</li><li>• Parcerias estratégicas</li><li>• Investimento em marketing digital</li><li>• Foco na experiência do cliente com preço competitivo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inexperiência dos sócios no ramo</li><li>• Falta de uma carteira de clientes formada</li><li>• Demora na maturação do negócio</li><li>• Rotatividade de funcionários antes da maturação</li></ul>
<b>OPORTUNIDADE</b>	<b>AMEAÇA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado em alta com previsão de crescimento</li><li>• Falta de uma barbearia com perfil parecido no local</li><li>• Grande público potencial</li><li>• Faculdade se instalando no local possibilitando novos leads</li><li>• Homem cada vez mais preocupado com a estética e aparência</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de aceitação no local por parte do público</li><li>• Saturação do mercado</li><li>• Concorrência alta no ramo</li></ul>

#### 4.5 Objetivos

CURTO PRAZO  (12 meses)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atingir o ponto de equilíbrio até o 8º mês a partir da data de abertura (aproximadamente 620 serviços no mês). 31/08/2019</li><li>• <i>Turn-over</i> dos barbeiros com percentual mínimo de 25% em 12 meses, ou seja, se tratando de quatro barbeiros, poderá ocorrer apenas uma troca. 31/12/2019</li><li>• Atingir faturamento de R\$400.000,00 no primeiro ano. 31/12/2019</li></ul>
MÉDIO PRAZO  (24 meses)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar aproximadamente 1000 atendimentos mensais (para quatro barbeiros). 30/04/2020</li><li>• Redução do <i>turn-over dos barbeiros</i> para 0% durante o período. 31/12/2020</li><li>• Realização de 2 eventos até o fim do período. 31/12/2020</li><li>• <i>Payback</i> realizável até o fim do período. 31/12/2020</li></ul>
LONGO PRAZO  (36 meses)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aumentar mais 2 cadeiras disponíveis, totalizando 6 cadeiras para atendimento. 31/07/2021</li><li>• Acréscimo de 5% no faturamento anual. 31/12/2021</li><li>• Divisão de lucros com os sócios ao final do resultado do exercício. 31/12/2021</li></ul>

#### 4.6 Parcerias Estratégicas

O espaço da loja é amplo, partindo da ideia de redução de custos para aumentar a possibilidade de viabilizar o negócio, a loja foi dividida para que outra operação que possa agregar valor pudesse ser instalada para integrar o ambiente. A partir dessa parceria o aluguel da loja será rateado, além de ser uma forma de atrair clientes para a barbearia e vice-versa.

A parceria estratégica com a nova dogueria da cidade, que vai instalar sua primeira operação dividindo espaço com a *Barber Concept*. A proposta é oferecer um *hot-dog* especial com diversos tipos de salsichas artesanais feitas com carne de verdade, além de um bar, ou seja, a dogueria ficará responsável pela alimentação e pela bebida dentro da barbearia, em um espaço totalmente diferenciado e inusitado. A loja será preparada para que o alimento tenha toda a segurança sanitária necessária.

### 5. ANÁLISE DE MERCADO (PESQUISA DE MERCADO)

#### 5.1 Análise da concorrência

Para competir em um mercado é necessário conhecer os competidores. Dessa forma, a análise da concorrência visa julgar e comparar os concorrentes com o objetivo de extrair pontos para que a barbearia obtenha vantagens comparativas para sobressair em um mercado tão competitivo.

O texto a seguir apresenta a análise de cada concorrente individualmente, assim como a nota atribuída em pesquisa de campo. Por fim, é relatado o resultado agregado de todos os estabelecimentos.

O local em que a barbearia pretende ser instalada não possui nenhum concorrente direto, portanto foram considerados os empreendimentos ao redor da localização em questão.

### 5.1.1 Níveis de concorrência

#### Avaliação

Para uma avaliação geral entre os concorrentes, foi convidado um homem que nunca havia frequentado nenhuma das barbearias avaliadas, o principal intuito é que a pesquisa não se torne tendenciosa a um possível local frequentado assiduamente pelo avaliador, por isso a escolha de alguém neutro neste quesito.

Realizou-se um comparativo com quatro pontos de consideração (higiene, preço, atendimento e conforto) e atribuiu para cada concorrente, notas de 1 a 5 em tais pontos, com base nas visitas *in loco*.

O intervalo de notas é avaliado da seguinte maneira: avaliações inferiores a 4, ruim, avaliações entre 4 e 4,4, médio, avaliações acima de 4,5, bom. O resultado das avaliações está exposto na tabela a seguir.

BARBEARIAS	HIGIENE	PREÇO	ATENDIMENTO	CONFORTO	NOTA FINAL
DISTRITO 61	5	5	4	4	4,5
DOM CABRAL	5	3,5	4,5	4,5	4,375
BARBEARIA BANDEIRA	4,5	4	3,5	3,5	3,875
FIO MARAVILHA	5	3,5	5	4,5	4,5
BARBEARIA DO ONOFRE	3,5	5	4	3,8	4,075

**Tabela 1:** Resultado avaliação

#### Higiene

O quesito higiene foi avaliado com base nas primeiras impressões acerca da barbearia. A escolha por tal método não foi a de avaliar criteriosamente a conduta higiênica do local, mas sim a de exprimir o pensamento de um possível novo cliente que o visite. Dessa

forma, excesso de cabelos no chão ou nas bancadas em até três clientes atendidos, aparência de conservação e limpeza e conservação do espaço são quesitos que compõem a higiene aqui avaliada.

O baixo desempenho da Barbearia do Onofre nesse tópico decorre da característica do local. Por ser um espaço aberto, é natural que o estabelecimento esteja exposto (bancos para espera empoeirados, por exemplo). Além disso, a demora na execução da limpeza do piso para uma grande quantidade de clientes à espera foi fator relevante para o fraco desempenho da barbearia.

### **Preço**

Quanto ao preço, barbearias cujos serviços básicos de corte e barba permaneceram abaixo de quarenta reais receberam nota cinco. Barbearias que alcançavam até quarenta reais, nota quatro.

Sendo assim, a unidade da barbearia Dom Cabral do Liberty Mall e a Fio Maravilha receberam a pior avaliação (3,5), com um corte a R\$50,00 e barba a R\$40,00. Distrito 61 e Barbearia do Onofre, por sua vez, se destacaram positivamente, ambas mantendo seus serviços de corte abaixo de quarenta reais.

### **Atendimento**

O tópico atendimento avalia a disposição dos funcionários a agradar o cliente do estabelecimento, seja no esclarecimento de dúvidas, na simpatia e, ainda, no tempo de espera do cliente para ser atendido.

A Barbearia Bandeira, a qual possuía um excesso de clientes para poucos funcionários, dois barbeiros e um atendente, em um dos dias visitados, recebeu avaliação crítica para o quesito.

## **Conforto**

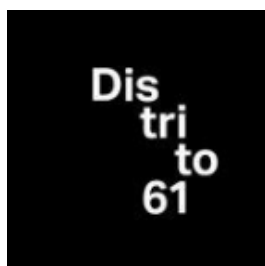
O conforto busca analisar não apenas as condições a que ficam submetidos os clientes que aguardam atendimento, mas também o próprio espaço da loja, de forma que este deve buscar trazer a melhor experiência possível ao público presente.

Nessa categoria, por baixa qualidade na acomodação daqueles à espera e má distribuição e aproveitamento do espaço à disposição, a Barbearia Bandeira obteve, novamente, um desempenho inferior a quatro.

Dessa forma, as Barbearias Dom Cabral e do Onofre foram avaliadas como concorrentes medianas. Fio Maravilha obteve a nota máxima devido ao seu espaço com um nível alto de conforto, ambientação e decoração quando comparado aos concorrentes.

## **Concorrência direta**

### **Distrito 61**



Com uma avaliação entre quatro e cinco estrelas em redes sociais e no Google, a barbearia agrada aos seus frequentadores não apenas com o serviço oferecido, mas com o ambiente agradável.

A proposta da barbearia se encaixa em um modelo que busca um local masculino e inovador. A loja oferece, além dos serviços de corte, barba, hidratação, entre outros; vendas de bebidas, paletas, camisetas e até mesmo tatuagens, uma estratégia que agrada ao público moderno.



O estúdio onde são realizadas as tatuagens fica no primeiro piso da loja, assim como o bar, as camisetas e o lavatório. O andar de cima é dedicado a cadeiras extras para serviços de corte e barba. Ambos os andares possuem ar condicionado. Além do ambiente ressaltado pelos clientes, a barbearia fornece bom atendimento por parte de seus funcionários, atendimento este atestado na pesquisa de campo.

A verificação de pontos negativos acerca da barbearia não foi encontrada online. Entretanto, em pesquisa de campo, constatou-se que o ponto comercial do empreendimento desfavorece seu desempenho. Atendendo até trinta clientes em dias bons, a Distrito 61 permanece em um edifício pouco movimentado, com aspecto envelhecido, pouco agradável e com baixo número de lojas atrativas ao público. Além disso, foi observado que o ambiente de espera é restrito as cadeiras em frente ao bar. Seguem as especificidades da barbearia.



**Localização:** SRTV 702-lote P ed. Brasília Radio Center, loja 42 Térreo.

**Horário de funcionamento:** de segunda-feira à sexta-feira, das 9h às 20h. Sábado de 10h às 14h. Domingo não abre.

**Serviços oferecidos:** corte de cabelo e de barba, hidratação, massagem, dia do noivo, depilação, bar, brechó e estúdio de tatuagem.

**Preços:** corte de cabelo – R\$35,00. Barba – R\$30,00. Cervejas comuns em média – R\$7,50.

**Diferenciais:** é notório como diferencial um espaço para venda de artigos, como bonés, tênis e camisetas e um estúdio de tatuagem dentro da própria loja.

### **Barbearia Dom Cabral**



A barbearia possui oito localidades diferentes e é bem avaliada por seus clientes, possuindo entre quatro e cinco estrelas. A unidade do Liberty Mall, entretanto, foi avaliada de acordo com os comentários do Google com um sério problema de ausência de funcionários. Tal problema foi verificado e atestado na pesquisa de campo, onde em duas visitas realizadas no local, só pode ser atendida em uma. Ainda assim, o atendimento foi bem realizado. Seus funcionários demonstraram-se dispostos para receber os clientes e sanar quaisquer dúvidas.

Além dos serviços tradicionais de corte e barba, a loja aposta na venda de cervejas comuns e artesanais, além de acessórios (pulseiras, por exemplo), para aumentar suas receitas.

O tamanho da loja é inferior aos demais concorrentes visitados, porém, o cliente em espera encontra conforto com poltronas e um sofá. A decoração do ambiente é inteligente, não permitindo que o pequeno espaço prejudique a estética do local, mas ainda mantendo eficiente a circulação de pessoas.

Apesar do espaço menor, a loja ganha em visibilidade quando comparada à Distrito 61, por exemplo, isso porque além de estar

situada em um edifício com maior movimentação, a Barbearia Dom Cabral fica ao lado do cinema do shopping, em frente à praça de alimentação. Seguem as especificações.



**Localização:** SCN QD 2 BL D Loja 362 Asa Norte – Brasília – F.

**Horário de funcionamento:** de segunda-feira à sexta-feira, das 8:30h às 21h. Sábado de 9h às 19h. Domingo não abre.

**Serviços oferecidos:** Corte de cabelo e barba, hidratação, bar, dia do noivo, massagem e tonalizantes.

**Preços:** corte de cabelo – R\$50,00. Barba – R\$40,00. Cervejas comuns em média – R\$5,00.

**Diferenciais:** o diferencial da barbearia Dom Cabral está em sua rede. A barbearia atualmente conta com oito lojas espalhadas por Brasília, do Shopping Casa Park ao Deck Norte. Ademais, o estabelecimento

oferece o dia do noivo, pacotes que abrangem o serviço estético até uma noite de estadia em um hotel com café da manhã e regalias (pantufas, roupão e pétalas de rosa).

### **Barbearia Bandeira**



Estando localizada no Brasília Shopping, Terraço Shopping, Boulevard Shopping e Venâncio Shopping, a rede possui menos avaliações e comentários que a última concorrente analisada, 66 contra 229, somando-se todas as unidades. Esses valores foram obtidos através do Google.

Instalado em 2012, o local no Brasília Shopping possui o conceito de um local voltado ao público masculino e inspirado em um período retrô, entretanto, o espaço reduzido demonstrou um desconforto não apenas para quem está sendo atendido, mas para os que aguardam. O estabelecimento trabalha apenas com serviços tradicionais e não dá direito ao cliente de agendar o serviço, não oferece a venda de bebidas (comumente acionada como diferencial) ou algum outro serviço complementar.

As avaliações positivas ressaltam um bom atendimento, além de um serviço de qualidade. As negativas, por sua vez, relatam diversos problemas de funcionamento, desde um atendimento e cortes pouco cuidadosos, até mesmo diferenciação no tratamento de seus clientes, provocando insatisfação.

Um problema adicional observado durante a avaliação *in-loco* foi a limitação em relação aos tipos de pagamento que o local aceita,

apenas dinheiro. Dessa forma, acredita-se que a abertura de uma nova barbearia no Shopping ID, que fica a poucos metros do Brasília Shopping, com uma política de maior atenção ao cliente, tanto em quantidade de serviços como em qualidade, tende a ganhar vantagem competitiva. Ao oferecer facilidades, como exemplo, pagamentos através de cartões de crédito, disponibilidade de agendamento de horário, entre outros, se torna mais atrativo ao consumidor. Seguem as especificações.



**Localização:** SCN Qd 05 BL. A CEP: 70715-900.

**Horário de funcionamento:** de segunda-feira à sábado, das 10 às 22 horas. Domingos e feriados de 14h às 20 horas.

**Serviços oferecidos:** corte de cabelo, barba e hidratação. Preços: corte de cabelo – R\$40,00. Barba – R\$40,00.



**Diferenciais:** Assim como a barbearia Dom Cabral, a Barbearia Bandeira também opera com mais de uma unidade, todas elas em shoppings: Venâncio Shopping, Brasília Shopping, Terraço Shopping e Boulevard Shopping, além de abrir aos domingos.

### **Fio Maravilha Barbearia**



Com uma avaliação de 4,7 no Google e 4,9 no Facebook, em um ranking de 1 a 5, a Fio Maravilha Barbearia foi apontada como concorrente cujo conceito de negócio mais se aproxima com a *Barber Concept*.

O estabelecimento possui uma proposta retrô, com ambiente agradável e sonorizado. Além dos serviços tradicionais de corte e barba, a barbearia trabalha com a venda de cervejas, sendo a primeira gratuita. Além disso, uma ação inovadora é o agendamento pelo uso do aplicativo “Fio Maravilha Barbearia”, onde, além da escolha do serviço e da hora desejados, é possível escolher o funcionário que irá atendê-lo, tendo acesso ao perfil do mesmo.

Os maiores responsáveis pelas boas avaliações são, além do próprio serviço e o uso do aplicativo, satisfação com o ambiente e o atendimento. Contudo, algumas avaliações negativas feitas por comentários no Google ressaltam a falta de capacidade dos

funcionários em fazer um corte personalizado, ou seja, da maneira como foi pedido pelo cliente.

Com relação à *Barber Concept*, a proximidade com a Fio Maravilha pode gerar disputas por público, apesar de o foco estar nos indivíduos que trabalham no Shopping ID. Dessa forma, é interessante considerar a adoção de medidas as quais a concorrente possui como pontos fortes e diferentes (o uso de aplicativo, por exemplo) e o fortalecimento de fragilidades, como o excesso de padronização. Acredita-se, que a parceria para propor opções de alimentos dentro do estabelecimento, como pretendido, seja uma vantagem comparativa que possa atrair maior atenção do público próximo, já que esta não foi observada em nenhum dos concorrentes citados. Seguem as especificações.



**Localização:** Asa Norte CLN 202 Loja 75 - Asa Norte, Brasília - DF,  
Horário de funcionamento: segunda à sexta de 9 às 20 horas. Sábado  
de 9 às 18.

**Serviços oferecidos:** corte de cabelo e barba, penteado, sobrancelha,  
pigmentação, selagem, sobrancelha e bar.

**Preços:** corte de cabelo – R\$50,00. Penteado – R\$20,00. Pigmentação  
R\$40,00. Barba – R\$40,00. Selagem – R\$100,00. Soprancelha –  
R\$30,00. “Só pezinho” – R\$15,00.

**Diferenciais:** O aplicativo de agendamento do serviço com hora  
marcada, acesso escolha do profissional que fará o serviço com um  
breve perfil de cada barbeiro.

### **Barbearia do Onofre**



Com boas avaliações, (notas entre quatro e cinco estrelas no Google), a barbearia vê sua maior vantagem na fidelização de seus clientes, funcionando desde 1971.

O ambiente é menos agradável que os demais concorrentes analisados, estando em um local fora do ambiente de shoppings, mas aberto, diferentemente do concorrente anterior, a Barbearia do Onofre ocupa o espaço de três lojas no bloco comercial, sendo capaz de atender um grande número de clientes simultaneamente, muitos deles frequentam o lugar há alguns anos. Contudo, novos clientes reclamaram, com frequência, da capacidade de adaptação do funcionário a novos estilos de cortes.

A qualidade do corte foi justificada por parte do público através de comentários no Google, como adequada a um preço mais baixo,



demonstrando serviço de rigor inferior. Em sua maioria, os clientes mais satisfeitos assumem a qualidade menor do corte, mas se satisfazem com o atendimento recebido.

Assim como a Fio Maravilha, a Barbearia do Onofre fica a poucos minutos de distância do Shopping ID, entretanto, diferente da primeira, um corte a preços baixos com serviços mais modestos difere da proposta analisada, que trata de manter o foco na experiência do cliente. Ainda assim, apesar de possuir clientes fidelizados, os novos consumidores que não se satisfazem em uma barbearia mais barata podem ver na *Barber Concept* uma nova localidade para seus cortes.

Nesse caso, a adoção de técnicas da concorrência seria menos interessante, uma vez que o padrão do negócio possui divergências, uma proposta seria a de fidelizar clientes os quais o concorrente não foi capaz de executar. Seguem as especificações.



**Localização:** Sclrn 709 Bloco A - Lojas 15 a 25 - Asa Norte-Brasília, DF, 0750-511;

**Horário de funcionamento:** segunda à sábado de 10 às 22 horas;

**Preços:** Corte de cabelo – R\$30,00. Barba – R\$30,00. Apenas pé – R\$15,00.

**Diferenciais:** Grande quantidade de cadeiras disponíveis e alto giro de clientes aferido *in loco*.

### **Concorrência Indireta**

A concorrência indireta pode ser através dos tradicionais salões de beleza unissex, já conhecido pelo público masculino há algum tempo. No entanto a proposta está em baixa devido ao crescimento das barbearias que estão focadas em oferecer serviços especializados, retomando o espaço no mercado que havia perdido para os salões unissex, pois apesar de oferecer serviços similares, os espaços são nitidamente focados no público feminino, o que desagrada muitos homens.

## **5.2 Identificação do público-alvo**

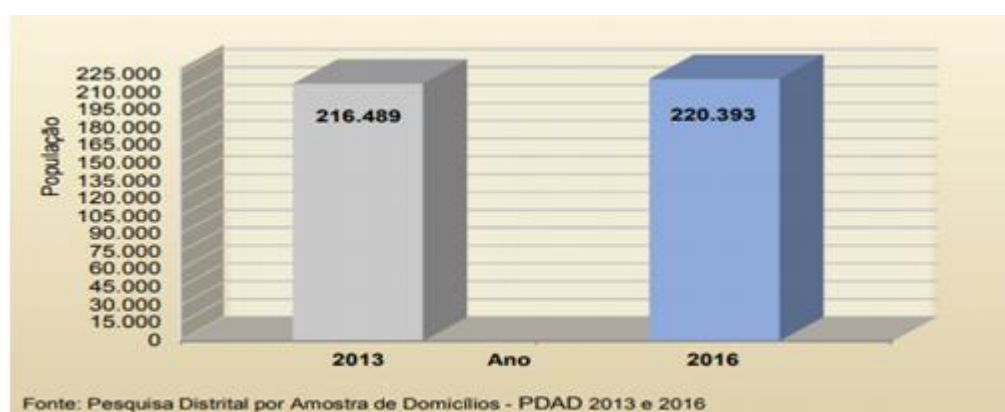
Segundo o relatório de inteligência de beleza e bem-estar do SEBRAE (2018) a procura por este tipo de produtos e serviços é liderado principalmente pela geração dos *millennials*, conhecidos também como geração Y. São homens que nasceram entre as décadas de 1980 e 1990, movidos pela tecnologia, são atraídos pela criatividade, inovação e flexibilidade.

O público alvo definido foram homens adultos, com idade de 25 a 39 anos de idade, que residam ou trabalhem no Plano Piloto e que estejam principalmente entre as classes A e B. Segmentando ainda mais este público, pode-se ter como pressuposto potencial os trabalhadores do Setor Comercial Norte, este público se enquadra no perfil de idade e renda estipuladas.

Uma característica interessante no perfil de consumo de serviços de beleza masculina é que o consumidor tende a optar por locais que estejam próximos do trabalho ou de sua residência, o que será um grande diferencial no Shopping ID, pois existe uma boa concentração de trabalhadores tanto do setor público quanto do privado e nenhuma oferta para este tipo de serviço no local.

### 5.3 Tamanho do mercado atual

De acordo com o PDAD/Codeplan (2016) a RA I – Plano Piloto possui uma população urbana estimada de 220.393 habitantes. A Asa Norte, local em que a barbearia pretende se instalar, possui uma população de 116.744 habitantes superior à da Asa Sul que tem 84.725 habitantes. Tanto a Asa Sul quanto a Asa Norte tem como minoria o sexo masculino, porém quando comparada as duas regiões, a asa norte possui 47,42% do sexo masculino enquanto a Asa Sul bate a casa dos 46,20% de homens, visto que isso é uma característica geral do DF a predominância do sexo feminino. Segue a apresentação dos dados da região do Plano Piloto.



**Gráfico 1:**População urbana Plano Piloto

Sexo	Plano Piloto		Asa Norte		Asa Sul		Outros Setores	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Masculino	103.472	46,95	55.354	47,42	39.144	46,20	8.973	47,42
Feminino	116.921	53,05	61.390	52,58	45.581	53,80	9.952	52,58
<b>Total</b>	<b>220.393</b>	<b>100,00</b>	<b>116.744</b>	<b>100,00</b>	<b>84.725</b>	<b>100,00</b>	<b>18.925</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Codeplan – Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - Plano Piloto - PDAD 2016

**Tabela 2:** Comparativo Plano Piloto

#### 5.4 Participação pretendida no mercado

Através de uma pesquisa realizada pela instituição internacional Euromonitor (2018), o setor de beleza masculina nos últimos 5 anos dobrou, e tende a manter um crescimento de 7,1% até 2019.

O SEBRAE (2018) cita o cenário do Mercado nacional como promissor. Em 2016 os homens foram responsáveis por consumir quase 20 bilhões no setor de beleza. Em 2011 o faturamento era de 10 bilhões e a previsão é que até 2021 o Brasil chegue a movimentar a casa dos 26 bilhões, ultrapassando os EUA que atualmente lideram o segmento mundial.

Baseado nos dados apresentados pela Codeplan (2016), e nas prerrogativas que o segmento apresenta, a participação pretendida da *Barber Concept* no mercado nacional é de 0.01%, visto que não se obteve fontes confiáveis de faturamento no âmbito regional.

## 6. PLANEJAMENTO DE MARKETING

### 6.1 Posicionamento

Para homens modernos que se preocupam com elegância e bem estar, a *Barber Concept* é uma barbearia que vai além da tradicional barba, cabelo e bigode. Oferece em meio ao dia a dia corrido, uma experiência de relaxamento e diversão personalizada para cada cliente.

#### 6.1.1 Linha de serviços e produtos

Os serviços propostos na barbearia, como já citados anteriormente, fazem parte dos tradicionais serviços que uma barbearia necessariamente tende a oferecer, que são: corte de cabelo e barba. Além desses faz parte do portfólio de serviços a camuflagem de fios brancos e tintura; alisamento e hidratação; barba terapia que trata de higienizar e esfoliar tanto a barba quanto o rosto em geral; manicure, podologia e depilação. A intenção da marca é oferecer comodidade ao

público, disponibilizando outros tipos de cuidado com a aparência e o bem estar no mesmo local.

Os serviços serão executados por agendamentos através do aplicativo da barbearia ou por telefone. Isso tem a ver com a identificação do público alvo que está imerso em uma rotina onde o tempo é um recurso precioso e prefere não desperdiçá-lo, portanto o agendamento proporciona uma forma de ater esse desperdício.

O engajamento do profissional é fundamental para um bom serviço prestado na barbearia. Portanto para uma mão de obra qualificada é necessário uma constante manutenção dos profissionais através de *workshops*, para alinhar as tendências do mercado mundial e a aplicação de novas técnicas.

#### 6.1.2 Fornecedores

Os principais fornecedores estão situados no âmbito nacional e internacional, mas possuem distribuidores diretos instalados no Brasil.

Don Alcides é uma marca brasileira fundada em 2015, possui forte presença em todo território nacional com mais de 500 pontos de venda e trabalha com uma linha de produtos para barba, cabelo e bigode, tendo seu foco no custo benefício. A marca também apoia grandes nomes como Chilli Beans, Ellus, Harley Davidson, entre outras. Segue linha de produtos com descrição de preços.



CABELO			
Cera Modeladora Molding Wax 100g	R\$ 30,00	R\$ 45,00	R\$ 15,00
Pomada Hidratação à Seco Man Bun 100g	R\$ 44,70	R\$ 69,90	R\$ 25,20
Shampoo 300ml	R\$ 27,50	R\$ 45,00	R\$ 17,50
Condicionador 300ml	R\$ 27,50	R\$ 45,00	R\$ 17,50
	ATACADO	VALOR SUGERIDO DE VENDA	LUCRO

BARBA			
Óleo 30ml	R\$ 40,00	R\$ 64,90	R\$ 24,90
Shampoo 140ml	R\$ 27,50	R\$ 50,00	R\$ 22,50
Balm 140ml	R\$ 27,50	R\$ 50,00	R\$ 22,50
	ATACADO	VALOR SUGERIDO DE VENDA	LUCRO

BIGODE			
Cera de Bigode 20g	R\$ 20,00	R\$ 35,00	R\$ 15,00
	ATACADO	VALOR SUGERIDO DE VENDA	LUCRO

Ao contrário da Don Alcides o outro fornecedor importante que deve fazer parte do portfólio de produtos da *Barber Concept* e que provavelmente os barbeiros irão utilizar na prestação dos serviços é a marca mundialmente conhecida *Reuzel*.

A marca tem uma linha completa de pomadas, shampoos e tratamento para barbas que foi desenvolvida exclusivamente para atender o público masculino e os barbeiros mais exigentes.

Os produtos chegam ao Brasil com o selo da barbearia mais renomada do mundo, *Shorem Barbier* situada na Holanda, pois foram desenvolvidos por seus proprietários com o objetivo de resgatar o estilo clássico para atender as necessidades das barbearias do mundo com




qualidade e alta tecnologia, o principal foco da marca é a qualidade de seus produtos. Segue linha de produtos com descrição de preços.





## Tabela de preços para Barbearias e Salão de Beleza



Foto	Descrição	Conteúdo	Valor Revenda	Preço Mínimo p/ Consumidor	margin
	<b>Pomada Reuzel Verde - Oleosa / Fixação Média.</b> A Pomada Reuzel Verde é um versátil produto à base de óleo que te permite controlar o nível de fixação e de brilho. Funciona melhor quando utilizada em cabelos normais a grossos, promovendo uma fixação média a forte, conforme a quantidade utilizada. Torna-se fácil moldar seu cabelo para qualquer penteado, e você ainda pode reestilizá-lo ao longo do dia sem perder o controle ou o brilho. A Pomada Reuzel Verde possui fragrância de maçã com um toque de hortelã.	113g	82,50	R\$ 149,95	82%
		340g	190,00	R\$ 299,95	58%
	<b>Pomada Reuzel Vermelha - Solúvel em água / Alto Brilho.</b> A Pomada Reuzel Vermelha é um versátil produto à base de água que te permite controlar o nível de fixação e de brilho. Esta pomada funciona em qualquer espessura e textura de cabelo, criando um look brilhante. A Pomada Reuzel Vermelha não resseca nem endurece nos cabelos. Dessa forma, você pode reestilizar ao longo do dia sem perder o controle ou o brilho. Possui fragrância com um toque sutil de baunilha misturada ao aroma de coca-cola.	113g	82,50	R\$ 149,95	82%
		340g	190,00	R\$ 299,95	58%
	<b>Pomada Reuzel Azul - Solúvel em água / Fixação Forte / Alto Brilho.</b> A Pomada Reuzel Azul é uma pomada à base de água, com alto brilho e fixação forte. Esta pomada superconcentrada fixa como uma cera e é de fácil enxágue como um gel. Funciona em qualquer espessura e textura de cabelo, criando um look brilhante. É uma pomada versátil, podendo ser utilizada desde pompadours, quiffs, slick backs, até as últimas tendências de cortes. A Pomada Reuzel Azul mantém sua maleabilidade durante todo o dia e não endurece nem forma flocos. Possui fragrância com um toque sutil de baunilha amadeirada.	113g	82,50	R\$ 149,95	82%
		340g	190,00	R\$ 299,95	58%
	<b>Shampoo Uso Diário</b> Um shampoo concentrado contendo extratos vegetais de hamamélis, urtiga, alecrim e cavalinha. Ideal para uso diário em todos os tipos de cabelo. Promove a efetiva limpeza e a hidratação dos cabelos, enquanto refresca e estimula o couro cabeludo. Um produto revigorante! Ajuda a refrescar e a revigorar o couro cabeludo!	350mL	78,50	R\$ 99,95	27%
		1000mL	128,50	R\$ 179,95	40%
	<b>Shampoo Esfoliante</b> Uma combinação única de agentes de limpeza e de esfoliação, juntamente com extratos vegetais de hamamélis, urtiga, alecrim e cavalinha. Proporciona uma vigorosa espuma e promove limpeza profunda, enquanto estimula o couro cabeludo. Ideal para aqueles que utilizam shampoo com pouca frequência e para usuários de produtos pesados no cabelo, como produtos à base de óleo. Remove o acúmulo de produtos, sujidades, poluentes, cloro, excesso de óleos e outros componentes residuais do seu cabelo e couro cabeludo. Ajuda a refrescar e a revigorar o couro cabeludo!	350mL	89,50	R\$ 129,95	45%
		1000mL	134,50	R\$ 189,95	41%
	<b>Condicionador Uso Diário</b> Um condicionador leve e hidratante contendo extratos vegetais de hamamélis, urtiga, alecrim e cavalinha. Ideal para uso diário em todos os tipos de cabelo. Deixa o cabelo com aspecto saudável enquanto refresca e estimula o couro cabeludo. Um produto revigorante! Ajuda a refrescar e a revigorar o couro cabeludo!	100mL	48,50	R\$ 69,95	44%
		350mL	84,50	R\$ 119,95	42%
		1000mL	134,50	R\$ 199,95	49%
	<b>Fixador Capilar - Hair Tonic</b> O Fixador Capilar de Alta Qualidade Reuzel possui fórmula uma fórmula leve e livre de óleo que mantém o cabelo no lugar durante o dia todo. Diferente de fórmulas mais pesadas, este produto não vai pesar no cabelo e ainda restaura o brilho saudável natural do cabelo. Cria instantaneamente uma aparência bem cuidada e maleável. • Para todos os tipos de cabelo; • Fórmula livre de óleo; • Formulação leve, mas mantém o cabelo no lugar durante o dia todo; • Excelente para massagear o couro cabeludo e o pescoço; • Perfeito para molhar o cabelo durante o serviço de corte de cabelo.	350mL	119,95	R\$ 179,95	50%



## 6.2 Preço

Baseado nas comparações entre os concorrentes, o estabelecimento do público alvo e posicionamento de marca, pode-se elencar pontos importantes que possam vir a ser uma vantagem comparativa. Primeiramente é a comodidade oferecida ao público alvo, pois a distancia é um fator importante na decisão do consumidor, a adoção de aplicativo para agendamento de serviços é outro ponto favorável para o público local. A marca se posiciona com o intuito de focar na qualidade do serviço e na experiência do consumidor propondo algo personalizado a cada cliente, além de estabelecer parcerias estratégicas que fortalecem o intuito do relaxamento e da diversão. Tendo em vista esses pontos, o preço praticado pela *Barber Concept* será em média 25% acima do que o mercado adota.

## 6.3 Praça

Como citado anteriormente a praça é uma das principais estratégias que a marca tem para se destacar, pois não há concorrentes diretos no local, além disso, o contrato quando fechado preserva a exclusividade da marca no Shopping ID.

O local não tem um público com alta rotatividade por ser um shopping voltado para o ramo de móveis e artigos para decoração, mas possui 3 torres comerciais que contam com trabalhadores da categoria pública e privada, restando assim uma boa parcela do público alvo que frequenta o local diariamente.

Apesar de o shopping não apresentar concorrentes diretos, existe um concorrente a poucos metros, situado no Brasília Shopping (Barbearia Bandeira), mas o mesmo não apresenta grandes riscos para *Barber Concept*, pois baseado na pesquisa de análise de concorrentes apresentou um nível bem abaixo dos demais.

## 6.4 Comunicação com o mercado

A empresa pretende se comunicar com o mercado através de um posicionamento conciso perante o consumidor e para transmitir seu propósito ao público alvo é necessário encontrar ferramentas alinhadas com o perfil deste público. Contudo, o mercado apresenta diversas ferramentas conectando pessoas e empresas para gerar possibilidade de novos clientes.

Outra forma interessante de se comunicar com seu público alvo é a realização de eventos na barbearia, convidando figuras influentes da área de negócios, para rodas de conversa sobre empreendedorismo e negócios com os clientes que frequentam a barbearia, com o intuito de fomentar o empreendedorismo, a troca de conhecimentos e o networking.

### 6.4.1 Ferramentas de comunicação

No contexto atual existe uma infinidade de ferramentas disponíveis no mercado, portanto a empresa deve trilhar um caminho para analisar a melhor forma que deve se comunicar, dentre elas as mídias *on-line* e *off-line*.

### 6.4.2 Propaganda

A forma com que a empresa pretende promover sua marca está pautada, nos recursos disponíveis, interação do público alvo e alcance da ferramenta. Uma das melhores alternativas no que tange esses 3 critérios são as mídias sociais. As ferramentas digitais facilitam a interação e a filtragem do público que a marca pretende se comunicar, ou seja, as possibilidades de segmentação podem ser bem direcionadas, isso irá impactar em uma campanha bem definida e eficaz, além de ter um custo menor que as mídias *off-line*. Porém, é de extrema necessidade que a empresa estabeleça campanhas *off-line* com fim de divulgar a marca no ponto de venda em que será instalada, isso pode ser com a utilização de *totens*, adesivos nas mesas da praça

de alimentação do *shopping* e também a realização de eventos periódicos na barbearia para transformá-la em um ponto de encontro dos seus clientes.

Outra forma de estabelecer comunicação com o cliente é através do aplicativo da barbearia, que além do agendamento de serviços *on-line*, o cliente pode participar de programas fidelidade, receber mensagens diretas de promoções, lembretes através do seu aplicativo.

#### 6.4.2.1 Logomarca



O logotipo é o elemento de comunicação que traduz como a marca pretende se comunicar com o cliente. O nome em inglês traduz a ideia de um novo conceito de barbeiro, que é como a marca pretende se expressar, ao focar seus processos no encantamento do cliente. O elemento colorido da letra inicial remete ao *barber's pole*, significa o símbolo mundial da barbearia, pois antigamente os barbeiros eram conhecidos por procedimentos cirúrgicos, como extração de dentes e outras sangrias. Baseado nisso a cor vermelha significava o sangue, a cor branca as ataduras, e o azul foi acrescentado depois, talvez para representar a bandeira americana, já que a barbearia tem uma raiz forte na região. Daí por diante este se tornou o símbolo

mundial das barbearias. Por fim a coroa tem significado de nobreza. A intenção da inserção deste elemento é representar a grandeza do serviço na “*Barber Concept*”.

#### 6.4.2.2 Capa Facebook



## 7. PLANO OPERACIONAL

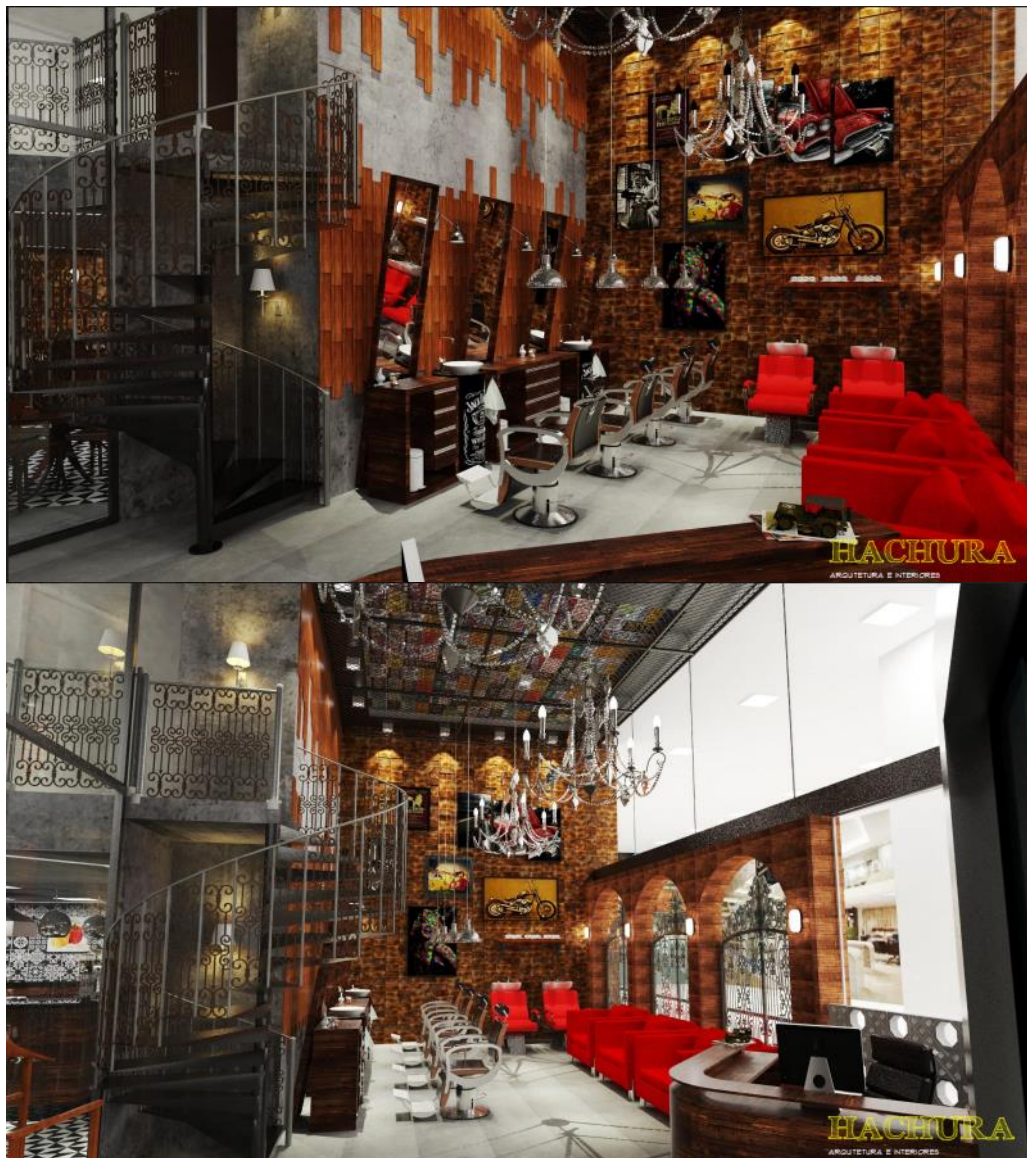
### 7.1 Localização e Infraestrutura

A barbearia pretende se instalar no piso térreo do Shopping ID, em frente à escada, que fica entre a entrada leste e oeste, situada próxima aos banheiros e ao corredor que leva a um dos principais restaurantes do edifício.

A loja será dividida pela metade, pois possui um espaço de 160m<sup>2</sup>. Portanto, o espaço total da barbearia é de 80m<sup>2</sup>, sendo que 30m<sup>2</sup> faz parte do mezanino.

A infraestrutura da operação será da seguinte forma, no térreo o espaço de atendimento com recepção, 4 cadeiras de barbearia, 1 lavatório de cabelo, 3 poltronas de espera. Na parte superior do mezanino será um espaço mais reservado para a depilação, podologia e um escritório, tendo uma sala com maca, outra com os materiais de podologia e a terceira para o escritório.

## 7.2 Layout







### 7.3 Máquinas e equipamentos

EQUIPAMENTOS BARBEARIA			
ITEM	QNTD	PREÇO UNT.	PREÇO TOTAL
CADEIRA PODOLOGIA	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
CADEIRA DE MANICURE	1	R\$ 750,00	R\$ 750,00
CADEIRAS DE BARBEIRO	4	R\$ 6.500,00	R\$ 26.000,00
LAVATORIO	1	R\$ 3.575,00	R\$ 3.575,00
ESPELHO/ APARADORES	4	R\$ 1.400,00	R\$ 5.600,00
BALCÃO RECEPÇÃO	1	R\$ 1.900,00	R\$ 1.900,00
CUBAS	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
TONEL	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
ESTUFA ESTERILIZANTE	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
MACA DE ESTÉTICA	1	R\$ 1.325,00	R\$ 1.325,00
TOALHAS	80	R\$ 7,00	R\$ 560,00
ARMÁRIO	4	R\$ 380,00	R\$ 1.520,00
POLTRONAS DE ESPERA	3	R\$ 750,00	R\$ 2.250,00
COMPUTADOR	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
IMPRESSORA	2	R\$ 890,00	R\$ 1.780,00
SOM	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
BARBER POLE	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
GAVETA PARA CAIXA	1	R\$ 365,00	R\$ 365,00
SUPORTE PARA MÁQUINA	4	R\$ 12,00	R\$ 48,00
TELEFONE	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
MÓVEIS PARA ESCRITÓRIO	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
SUBTOTAL			R\$ 55.083,00

### 7.4 Produção e distribuição

Toda a operação deve contar com 9 funcionários para suprir a demanda do estabelecimento, que vai funcionar de segunda a sábado, das 8 horas até as 20 horas.

Devem fazer parte do quadro 4 barbeiros, 1 profissional de podologia, 1 manicure/depiladora que são responsáveis pela entrega do serviço final ao consumidor. Esses funcionários atuam com contrato de profissionais autônomos e trabalham em período integral de 6 dias por semana. Além dos já citados deverá ter 2 recepcionistas para o primeiro contato com o cliente, apresentação de serviços, agendamentos de horário, controle de comandas, fluxo de caixa e 1 funcionário para serviços gerais, já esses funcionários se enquadram no regime CLT e trabalham 44 horas semanais.

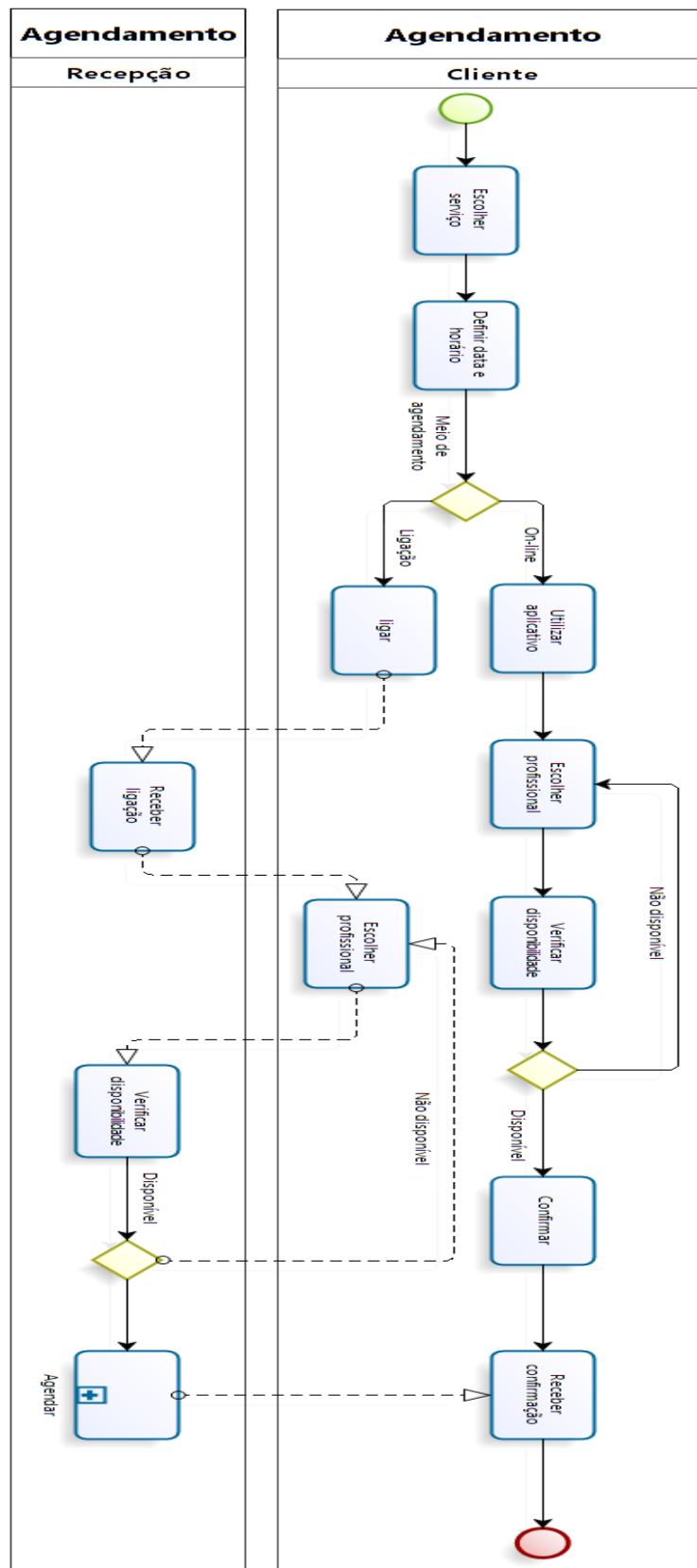
Os profissionais autônomos possuem seus materiais de trabalho, ou seja, cada um tem o seu material específico de produção como máquinas,

pentos, escovas, secadores, navalhas, contudo, os produtos utilizados são negociados entre a empresa e o funcionário.

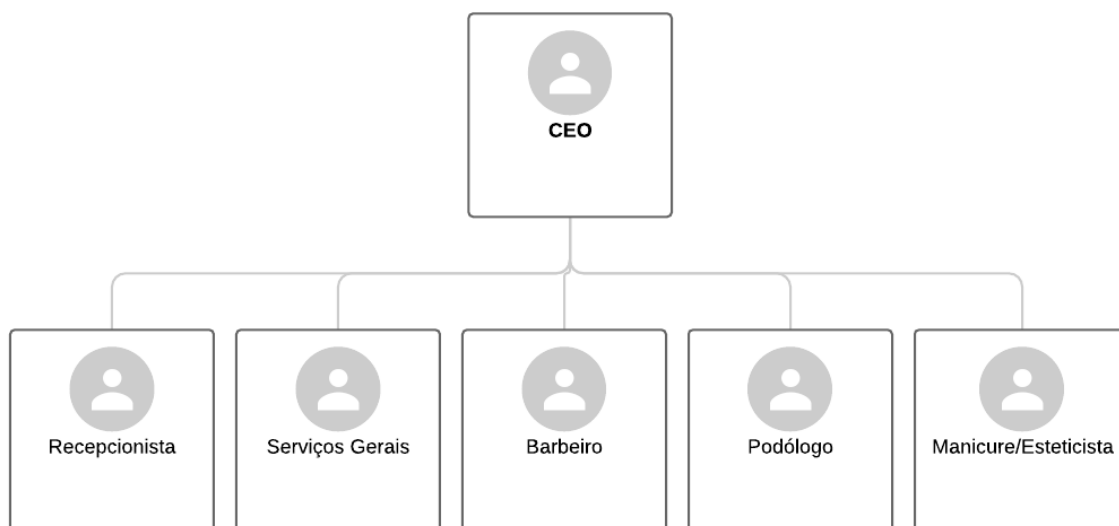
O controle dos agendamentos, financeiro, estoque é todo controlado através de um sistema de gestão integrado que inclusive conta com um aplicativo que permite que o cliente possa fazer seu agendamento *on-line*, trazendo praticidade além de otimizar o processo, pois a agenda também é integrada com o aplicativo exclusivo do barbeiro onde ele também controla sua agenda.



## 7.5 Fluxograma - Agendamento de serviço



## 7.6 Organograma



## 7.7 Matriz de responsabilidades / Atribuições

CEO	Responsável pela coordenação de todas as atividades da empresa: marketing, financeiro, recursos humanos, comercial.
Recepcionista	Coordenar agendas de serviços; receber e encaminhar os clientes para os profissionais corretos; controlar caixa; abrir e fechar loja.
Serviços Gerais	Limpeza e organização do ambiente.
Barbeiro/ Podólogo/ Manicure/ Esteticista	Atender ao cliente em suas necessidades.

## 8. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

### 8.1 Investimento total

#### 8.1.1 Investimentos fixos

INVESTIMENTOS FIXOS			
EQUIPAMENTOS BARBEARIA			
ITEM	QNTD	PREÇO UNT.	PREÇO TOTAL
CADEIRA PODOLOGIA	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
CADEIRA DE MANICURE	1	R\$ 750,00	R\$ 750,00
CADEIRAS DE BARBEIRO	4	R\$ 6.500,00	R\$ 26.000,00
LAVATORIO	1	R\$ 3.575,00	R\$ 3.575,00
ESPELHO/ APARADORES	4	R\$ 1.400,00	R\$ 5.600,00
BALCÃO RECEPÇÃO	1	R\$ 1.900,00	R\$ 1.900,00
CUBAS	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
TONEL	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
ESTUFA ESTERILIZANTE	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
MACA DE ESTÉTICA	1	R\$ 1.325,00	R\$ 1.325,00
TOALHAS	80	R\$ 7,00	R\$ 560,00
ARMÁRIO	4	R\$ 380,00	R\$ 1.520,00
POLTRONAS DE ESPERA	3	R\$ 750,00	R\$ 2.250,00
COMPUTADOR	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
IMPRESSORA	2	R\$ 890,00	R\$ 1.780,00
SOM	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
BARBER POLE	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
GAVETA PARA CAIXA	1	R\$ 365,00	R\$ 365,00
SUPORTE PARA MÁQUINA	4	R\$ 12,00	R\$ 48,00
TELEFONE	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
MÓVEIS PARA ESCRITÓRIO	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>R\$ 55.083,00</b>

### 8.1.2 Investimentos pré-operacionais

PRÉ-OPERACIONAIS			
ITEM	QNTD	PREÇO UNT.	PREÇO TOTAL
IDENTIDADE VISUAL	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
REGITRO INPI	1	R\$ 430,00	R\$ 430,00
DOMINIO DE SITE	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
SISTEMA DE GESTÃO COM APP	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
SISTEMA DE SEGURANÇA	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
DOCUMENTAÇÃO	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
CONTADOR	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
CRIAÇÃO DE CONTEÚDO DIGITAL	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
PROJETO ARQUITETONICO	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
PRODUTOS	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>R\$ 24.960,00</b>
CONSTRUÇÃO CIVIL			
ITEM	QNTD	PREÇO UNT.	PREÇO TOTAL
QUEBRAR	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
PISO CIMENTÍCIO	80	R\$ 50,00	R\$ 4.000,00
MÃO DE OBRA CONTRA PISO	80	R\$ 15,00	R\$ 1.200,00
CIMENTO	50	R\$ 18,50	R\$ 925,00
TIJOLINHO	2000	R\$ 0,60	R\$ 1.200,00
AREIA LAVADA UM CAMINHAO	1	R\$ 650,00	R\$ 650,00
BRITA 0 2M³	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
MÃO DE OBRA REBOCO/ TIJOLO	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
PORTE ELÉTRICA FIOS/CONDUÍTES	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
MÃO DE OBRA ELETRICISTA	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
LUMINARIAS	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
FACHADA	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
DECORAÇÃO	1	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>R\$ 37.225,00</b>

### 8.1.3 Capital de giro

CAPITAL DE GIRO		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>51.983,79</b>

### 8.1.4 Total do investimento

<b>TOTAL DE INVESTIMENTO</b>	<b>R\$</b>	<b>169.251,79</b>
------------------------------	------------	-------------------

## 8.2 Custos com mão-de-obra

O custo com mão-de-obra dos funcionários comissionados é 40% do faturamento da empresa. Os funcionários fixos estão descritos na tabela.

CUSTO COM MÃO-DE-OBRA FUNCIONÁRIOS FIXOS														
CARGO	Nº DE FUNC.	SALÁRIO	SUBTOTAL	13ª	SUBTOTAL	FÉRIAS	SUBTOTAL	VALE TRANSPORTE	SUBTOTAL	VALE REFEIÇÃO	SUBTOTAL	FGTS	SUBTOTAL	TOTAL
Recepção	2	R\$ 1.100,00	R\$ 2.200,00	R\$ 91,67	R\$ 183,33	R\$ 122,22	R\$ 244,44	R\$ 260,00	R\$ 520,00	R\$ 10,00	R\$ 520,00	8%	R\$ 176,00	R\$ 3.667,78
Serviços Gerais	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 83,33	R\$ 83,33	R\$ 111,11	R\$ 111,11	R\$ 260,00	R\$ 260,00	R\$ 10,00	R\$ 260,00	8%	R\$ 80,00	R\$ 1.714,44
TOTAL	3		R\$ 3.200,00		R\$ 266,67		R\$ 355,56		R\$ 780,00		R\$ 780,00		R\$ 256,00	R\$ 5.638,22

## 8.3 Fluxo de caixa

Na demonstração de fluxo de caixa estão presentes: faturamento mensal da empresa; custo unitário de matéria prima; custo de comercialização; custo de materiais diretos e/ou mercadorias vendidas; custo com mão-de-obra; custo com depreciação; custos fixos operacionais mensais. Os dados apresentados são de uma estimativa realista para um período de 36 meses (três anos).

PROJEÇÃO FLUXO DE CAIXA		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
SAÍDAS	R\$	25.458,24	R\$ 26.862,24	R\$ 27.266,24	R\$ 28.670,24	R\$ 29.274,24	R\$ 32.082,24	R\$ 40.506,24	R\$ 37.886,24	R\$ 40.706,24	R\$ 40.706,24	R\$ 44.444,24	R\$ 48.722,24
<b>CUSTOS FIXOS</b>													
Aluguel	R\$	6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00
Contrator	R\$	550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Mão de obra fixa	R\$	5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22
Pró labore	R\$	1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Energia	R\$	1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.250,00	R\$ 1.250,00	R\$ 1.250,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>15.288,22</b>	<b>R\$ 15.288,22</b>	<b>R\$ 15.288,22</b>	<b>R\$ 15.288,22</b>	<b>R\$ 15.288,22</b>	<b>R\$ 15.288,22</b>	<b>R\$ 15.288,22</b>	<b>R\$ 15.438,22</b>	<b>R\$ 15.438,22</b>	<b>R\$ 15.438,22</b>	<b>R\$ 15.438,22</b>	<b>R\$ 16.388,22</b>
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>													
Mão de obra variável (40%)	R\$	4.992,00	R\$ 6.240,00	R\$ 7.488,00	R\$ 8.736,00	R\$ 9.984,00	R\$ 12.480,00	R\$ 19.968,00	R\$ 17.472,00	R\$ 19.968,00	R\$ 19.968,00	R\$ 22.464,00	R\$ 24.960,00
Materiais de Limpeza/higiene	R\$	300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Produtos (5%)	R\$	624,00	R\$ 780,00	R\$ 936,00	R\$ 1.092,00	R\$ 1.248,00	R\$ 1.560,00	R\$ 2.496,00	R\$ 2.844,00	R\$ 2.496,00	R\$ 2.496,00	R\$ 2.808,00	R\$ 3.120,00
Marketing	R\$	3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>8.916,00</b>	<b>R\$ 10.320,00</b>	<b>R\$ 10.724,00</b>	<b>R\$ 12.128,00</b>	<b>R\$ 12.732,00</b>	<b>R\$ 15.540,00</b>	<b>R\$ 23.964,00</b>	<b>R\$ 21.206,00</b>	<b>R\$ 24.014,00</b>	<b>R\$ 24.014,00</b>	<b>R\$ 27.672,00</b>	<b>R\$ 30.480,00</b>
<b>DESPESAS</b>													
Telefone + Internet	R\$	230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00
Software Gestão	R\$	45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Materiais de escritório	R\$	150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Depreciação	R\$	459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02	R\$ 459,02
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>	<b>R\$ 1.254,02</b>
<b>ENTRADAS</b>													
Dinheiro	R\$	12.480,00	R\$ 15.600,00	R\$ 16.720,00	R\$ 21.840,00	R\$ 24.960,00	R\$ 31.200,00	R\$ 43.920,00	R\$ 43.680,00	R\$ 43.920,00	R\$ 43.920,00	R\$ 56.160,00	R\$ 62.400,00
	R\$	2.480,00	R\$ 3.600,00	R\$ 4.720,00	R\$ 6.840,00	R\$ 8.960,00	R\$ 9.200,00	R\$ 9.320,00	R\$ 13.800,00	R\$ 10.320,00	R\$ 9.320,00	R\$ 11.600,00	R\$ 12.400,00
Débito (1,9%)	R\$	5.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.500,00	R\$ 8.000,00	R\$ 11.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 19.500,00	R\$ 20.000,00	R\$ 22.500,00	R\$ 25.000,00
Crédito (2,7%)	R\$	5.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 7.500,00	R\$ 8.000,00	R\$ 11.000,00	R\$ 20.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 19.500,00	R\$ 20.000,00	R\$ 22.500,00	R\$ 25.000,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>12.480,00</b>	<b>R\$ 15.600,00</b>	<b>R\$ 16.720,00</b>	<b>R\$ 21.840,00</b>	<b>R\$ 24.960,00</b>	<b>R\$ 31.200,00</b>	<b>R\$ 43.920,00</b>	<b>R\$ 43.680,00</b>	<b>R\$ 43.920,00</b>	<b>R\$ 43.920,00</b>	<b>R\$ 56.160,00</b>	<b>R\$ 62.400,00</b>
Imposto (6%-16%)	R\$	449,28	R\$ 561,60	R\$ 673,32	R\$ 786,24	R\$ 898,56	R\$ 1.123,20	R\$ 1.797,12	R\$ 2.935,30	R\$ 3.354,62	R\$ 3.354,62	R\$ 3.773,95	R\$ 5.054,40
Tx. Cartão	R\$	230,00	R\$ 276,00	R\$ 322,00	R\$ 345,00	R\$ 368,00	R\$ 506,00	R\$ 920,00	R\$ 690,00	R\$ 897,00	R\$ 920,00	R\$ 1.035,00	R\$ 1.150,00
<b>ENTRADAS DESCONTADAS</b>													
	R\$	11.800,72	R\$ 14.762,40	R\$ 17.724,08	R\$ 20.708,76	R\$ 23.693,44	R\$ 29.570,80	R\$ 47.202,88	R\$ 40.954,70	R\$ 45.668,38	R\$ 45.645,38	R\$ 51.351,05	R\$ 56.195,60
<b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>	<b>R\$</b>	<b>25.458,24</b>	<b>R\$ 26.862,24</b>	<b>R\$ 27.266,24</b>	<b>R\$ 28.670,24</b>	<b>R\$ 29.274,24</b>	<b>R\$ 32.082,24</b>	<b>R\$ 40.506,24</b>	<b>R\$ 37.886,24</b>	<b>R\$ 40.706,24</b>	<b>R\$ 40.706,24</b>	<b>R\$ 44.444,24</b>	<b>R\$ 48.722,24</b>
<b>1(LUCRO LÍQUIDO)</b>													
	<b>-R\$</b>	<b>13.657,52</b>	<b>-R\$ 12.099,84</b>	<b>-R\$ 9.542,16</b>	<b>-R\$ 7.961,48</b>	<b>-R\$ 5.580,80</b>	<b>-R\$ 2.511,44</b>	<b>R\$ 6.696,64</b>	<b>R\$ 2.156,46</b>	<b>R\$ 4.962,13</b>	<b>R\$ 4.339,13</b>	<b>R\$ 6.936,81</b>	<b>R\$ 7.473,36</b>
<b>2(SALDO ANTERIOR)</b>													
	R\$	-	R\$ 105,09	R\$ 210,18	R\$ 315,27	R\$ 420,36	R\$ 525,45	R\$ 630,54	R\$ 732,17	R\$ 9.483,64	R\$ 14.445,77	R\$ 19.384,90	R\$ 26.321,71
<b>3(SALDO ACUMULADO (+/-2))</b>													
	<b>-R\$</b>	<b>13.657,52</b>	<b>-R\$ 11.994,75</b>	<b>-R\$ 9.331,99</b>	<b>-R\$ 7.646,21</b>	<b>-R\$ 5.160,44</b>	<b>-R\$ 1.985,99</b>	<b>R\$ 7.327,17</b>	<b>R\$ 9.483,64</b>	<b>R\$ 14.445,77</b>	<b>R\$ 19.384,90</b>	<b>R\$ 26.321,71</b>	<b>R\$ 33.795,07</b>
<b>4(CAPITAL DE GIRO)</b>													
	R\$	13.762,61	R\$ 12.204,93	R\$ 9.647,26	R\$ 8.066,57	R\$ 5.665,89	R\$ 2.816,53						
<b>5(SALDO FINAL)</b>													
	R\$	105,09	R\$ 210,18	R\$ 315,27	R\$ 420,36	R\$ 525,45	R\$ 630,54	R\$ 732,17	R\$ 9.483,64	R\$ 14.445,77	R\$ 19.384,90	R\$ 26.321,71	R\$ 33.795,07
<b>IN DE SERVIÇOS MENSAIS</b>													
	208	260	312	364	416	520	632	832	728	832	832	936	1040
<b>LUCRATIVIDADE</b>													
	-109,44%	-77,56%	-50,57%	-36,45%	-22,36%	-8,05%	13,41%	4,94%	9,94%	9,69%	12,35%	11,38%	





	25	26	27	28	29	30	31 (Conecção operou com 6 cartões de bateria)	32	33	34	35	36
R\$ 51.235,82	R\$ 54.218,62	R\$ 52.945,02	R\$ 51.455,02	R\$ 46.975,02	R\$ 46.975,02	R\$ 54.168,62	R\$ 54.218,62	R\$ 58.317,82	R\$ 49.819,42	R\$ 60.561,42	R\$ 62.767,02	
R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	R\$ 6.500,00	
R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	
R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	R\$ 5.638,22	
R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	
R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.380,00	R\$ 1.450,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00	
R\$ 17.288,22	R\$ 17.288,22	R\$ 17.288,22	R\$ 17.338,22	R\$ 17.168,22	R\$ 17.168,22	R\$ 17.288,22	R\$ 17.288,22	R\$ 17.168,22	R\$ 17.288,22	R\$ 17.168,22	R\$ 17.168,22	
R\$ 27.456,00	R\$ 29.952,00	R\$ 28.800,00	R\$ 27.600,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 29.952,00	R\$ 29.952,00	R\$ 33.696,00	R\$ 26.208,00	R\$ 35.568,00	R\$ 37.440,00	
R\$ 500,00	R\$ 550,00	R\$ 550,00	R\$ 500,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 350,00	R\$ 550,00	R\$ 400,00	R\$ 400,00	
R\$ 3.432,00	R\$ 3.744,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.450,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.744,00	R\$ 3.744,00	R\$ 4.212,00	R\$ 3.276,00	R\$ 4.446,00	R\$ 4.680,00	
R\$ 1.372,80	R\$ 1.497,60	R\$ 1.440,00	R\$ 1.380,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.497,60	R\$ 1.497,60	R\$ 1.684,80	R\$ 1.310,40	R\$ 1.778,40	R\$ 1.872,00	
R\$ 32.760,80	R\$ 35.743,60	R\$ 34.390,00	R\$ 32.930,00	R\$ 28.600,00	R\$ 28.600,00	R\$ 35.693,60	R\$ 35.743,60	R\$ 39.942,80	R\$ 31.344,40	R\$ 42.192,40	R\$ 44.392,00	
R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	
R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	R\$ 415,00	
R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00	
R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	R\$ 371,80	
R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	R\$ 1.186,80	
R\$ 68.640,00	R\$ 74.880,00	R\$ 72.000,00	R\$ 69.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 74.880,00	R\$ 74.880,00	R\$ 84.240,00	R\$ 65.520,00	R\$ 88.320,00	R\$ 93.600,00	
R\$ 15.640,00	R\$ 14.880,00	R\$ 12.000,00	R\$ 19.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 14.880,00	R\$ 14.880,00	R\$ 24.240,00	R\$ 15.520,00	R\$ 18.320,00	R\$ 23.600,00	
R\$ 26.500,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	
R\$ 26.500,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 25.000,00	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00	
R\$ 68.640,00	R\$ 74.880,00	R\$ 72.000,00	R\$ 69.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00	R\$ 74.880,00	R\$ 74.880,00	R\$ 84.240,00	R\$ 65.520,00	R\$ 88.320,00	R\$ 93.600,00	
R\$ 2.471,04	R\$ 2.655,68	R\$ 4.838,40	R\$ 4.838,80	R\$ 4.032,00	R\$ 4.860,00	R\$ 6.065,28	R\$ 6.065,28	R\$ 6.823,44	R\$ 5.307,12	R\$ 8.536,32	R\$ 8.985,60	
R\$ 1.219,00	R\$ 1.380,00	R\$ 1.380,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.380,00	R\$ 1.380,00	R\$ 1.380,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.610,00	R\$ 1.610,00	
R\$ 64.949,96	R\$ 70.804,32	R\$ 65.781,60	R\$ 63.219,20	R\$ 54.816,00	R\$ 53.990,00	R\$ 67.434,72	R\$ 67.434,72	R\$ 76.036,56	R\$ 59.062,88	R\$ 78.773,68	R\$ 83.004,40	
R\$ 51.235,82	R\$ 54.218,62	R\$ 52.945,02	R\$ 51.455,02	R\$ 46.975,02	R\$ 46.975,02	R\$ 54.168,62	R\$ 54.218,62	R\$ 58.317,82	R\$ 49.819,42	R\$ 60.561,42	R\$ 62.767,02	
R\$ 13.714,14	R\$ 16.585,70	R\$ 12.936,58	R\$ 11.758,18	R\$ 7.842,98	R\$ 7.014,98	R\$ 13.286,10	R\$ 13.216,10	R\$ 17.718,74	R\$ 9.243,46	R\$ 18.206,26	R\$ 20.237,38	
R\$ 173.672,61	R\$ 187.326,75	R\$ 203.912,44	R\$ 216.849,02	R\$ 228.607,20	R\$ 236.450,18	R\$ 243.465,16	R\$ 256.731,25	R\$ 269.947,35	R\$ 287.666,09	R\$ 296.909,55	R\$ 315.115,80	
R\$ 187.326,75	R\$ 203.912,44	R\$ 216.849,02	R\$ 228.607,20	R\$ 236.450,18	R\$ 243.465,16	R\$ 256.731,25	R\$ 269.947,35	R\$ 287.666,09	R\$ 296.909,55	R\$ 315.115,80	R\$ 335.353,18	
R\$ 187.326,75	R\$ 203.912,44	R\$ 216.849,02	R\$ 228.607,20	R\$ 236.450,18	R\$ 243.465,16	R\$ 256.731,25	R\$ 269.947,35	R\$ 287.666,09	R\$ 296.909,55	R\$ 315.115,80	R\$ 335.353,18	
1144	1248	1200	1150	1000	1000	1248	1248	1404	1092	1462	1560	
19,98%	22,15%	17,97%	17,04%	13,07%	11,69%	17,72%	17,65%	21,03%	14,11%	20,47%	21,62%	



#### 8.4 Indicadores de viabilidade

CAPITAL DE GIRO NECESSÁRIO	
R\$	51.983,79

ANO	FATURAMENTO BRUTO	LUCRO LÍQUIDO	LUCRATIVIDADE	RENTABILIDADE
1	R\$ 436.800,00	-R\$ 18.188,72	-4,2%	-1%
2	R\$ 828.240,00	R\$ 139.817,54	16,9%	7%
3	R\$ 886.560,00	R\$ 161.740,57	18,2%	8%

TICKET MÉDIO	R\$ 60,00
PONTO DE EQUILÍBRIO	APROXIMADAMENTE 620 SERVIÇOS
PAYBACK	EM ATÉ 24 MESES

### 9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como base todos os dados e informações apresentadas neste plano de negócios no aspecto técnico, mercadológico e financeiro pode-se analisar e tomar uma decisão quanto à viabilidade do negócio, levando em conta também os anseios pessoais dos investidores.

O nível técnico dos sócios para gerir o negócio parece satisfatório, apesar dos dois sócios não terem experiência direta na área de barbearia, um deles já teve negócio no segmento de beleza para o público feminino e possui vasta experiência no mercado geral. Os dois possuem visão sistêmica e de mercado para lidar com processos diários e formular estratégias de negócio, portanto, a falta de experiência no segmento não aparenta um problema.

No aspecto mercadológico a proposta de negócio tem um ponto interessante que traz vantagem competitiva em relação aos concorrentes, que se dá através de parcerias estratégicas que a empresa pretende formar. É o caso da alimentação e do bar que farão parte do *layout* da loja e serão comandados por outra empresa, com isso se reduz o valor do investimento, custo ocupacional (rateio de aluguel) e ainda diminui o risco do negócio. Outro ponto importante a ser citado é que apesar do mercado apresentar alta concorrência, o Shopping ID oferece uma oportunidade de negócio aos sócios, pois lá ainda não existe oferta de mercado para o público local, visto que este mercado está totalmente em alta e com expectativas positivas.

A análise financeira mostra indicadores importantes de viabilidade. O primeiro deles é o *payback* que apresenta um período satisfatório de 24 meses para o retorno do investimento.

Outro indicador importante é o ponto de equilíbrio que neste caso é de aproximadamente 620 serviços mensais, se tratando de 6 profissionais (4 barbeiros, 1 podólogo e 1 manicure/esteticista) trabalhando 26 dias mensais, obtém-se aproximadamente 4 serviços diários por profissional, a um ticket médio de R\$60,00. Este é um número totalmente praticável no mercado que a empresa precisa atingir para garantir o pagamento dos custos e despesas.

A lucratividade do negócio no primeiro ano mostra um valor negativo. Porém, esperado, pois este segmento apresenta uma particularidade em relação a outros segmentos, que é a demora de maturação. Ou seja, até a formação de uma carteira de clientes suficientes para manter a empresa, demora em média de 6 a 12 meses, se mantendo basicamente com capital de giro. Por isso, o primeiro ano é sempre crítico para este tipo de negócio. Apesar disso, os anos seguintes apresentam índices satisfatórios e crescentes de lucratividade com 17% e 18% ao ano.

O último indicador analisado é a rentabilidade. Baseado no fluxo de caixa se tem no primeiro ano uma rentabilidade negativa, por motivos já citados anteriormente, mas apresenta uma constante de crescimento nos dois anos seguintes. Quando comparado os índices positivos da projeção, com algumas das principais taxas que regem a economia (apuradas em outubro/2018), Selic em 6,5% ao ano e CDI 6,4% ao ano. Pode-se aferir que índices apresentados na projeção de 7% e 8% ao mês para o rendimento do negócio estão dentro das expectativas tidas como satisfatórias para um início de negócio aos sócios. Neste caso tem-se uma taxa maior do que a maioria das aplicações de renda fixa com rendimento atrelado ao CDI, assim como um rendimento maior do que o índice que mede a inflação, a Selic.

Por fim, através de todos os dados e informações analisadas acerca do negócio, que mostram pontos positivos sobre a questão técnica, estratégia mercadológica, além de que os números projetados em uma simulação financeira atendem as expectativas dos sócios, se torna viável a aplicabilidade deste plano de negócios.

## REFERÊNCIAS

COODEPLAN – **Pesquisa Distrital por Amostras de Domicílios**, 2018. [Internet] Disponível em: < <http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/PDAD-Plano-Piloto.pdf> >. Acesso em: 18/08/2018

EUROMONITOR INTERNATIONAL – **Cabelereiro e Tratamento de Beleza no Brasil** – ISIC 9302, 2018. [Internet] Disponível em: < <https://www.euromonitor.com/hairdressing-and-beauty-treatment-in-brazil-isic-9302/report> >. Acesso em: 05/08/2018

SEBRAE – **A Ascensão do Mercado de Beleza Masculina** - Relatório de Inteligência, 2018. [Internet] Disponível em: < <https://sis.sebrae-sc.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/a-ascensao-do-mercado-de-beleza-masculina/5aabcb5a4b5dd61900caecb1#download> >. Acesso em: 29/08/2018